

Analisis pengaruh altruism terhadap intensi berwakaf uang pada generasi Y dan Z = The Effect of altruism towards cash waqf giving on generation Y and Z

Sumayyah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20492413&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar sekaligus negara dengan jumlah sumbangan uang tunai terbesar di dunia. Hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara yang memiliki potensi besar untuk mengumpulkan wakaf uang dalam jumlah besar. Namun, jumlah wakaf uang yang terkumpul masih jauh di bawah angka potensi yang diperkirakan. Strategi dalam pemasaran wakaf tunai perlu dioptimalkan dengan memahami dan mengkaji faktor-faktor lain selain faktor internal seperti motivasi, ekonomi, sikap dan lain sebagainya yang dapat mendorong seseorang untuk berdonasi. Dengan begitu, strategi pemasaran dapat disesuaikan dengan target sasaran sehingga dapat meningkatkan jumlah himpunan wakaf uang dan jangkauan wakif yang lebih luas. Penelitian ini mengkaji pengaruh paradigma altruisme melalui persepsi ihsan (persepsian ihsan) dan persamaan dalam Islam (egalitarianisme Islam) terhadap religiusitas (religiusitas Islam) yang kemudian mempengaruhi niat seseorang untuk berdonasi (pemberian wakaf tunai). Selain itu, para peneliti juga membandingkan efek ini pada kelompok Generasi Y dan Z. Sampel dalam penelitian ini adalah penduduk muslim di Indonesia yang berusia 17-38 tahun. Partisipan yang digunakan sebanyak 261 responden yang kemudian diolah menggunakan metode Structural Equation Modelling (SEM) pada Lisrel 8.80. Hasil penelitian menunjukkan bahwa egalitarianisme Islam berpengaruh signifikanIndonesia is the country with the largest Muslim population as well as the country with the largest amount of cash donations in the world. This makes Indonesia a country that has great potential to collect large amounts of cash waqf. However, the amount of cash waqf collected is still far below the estimated potential figure. Strategies in cash waqf marketing need to be optimized by understanding and studying other factors besides internal factors such as motivation, economy, attitudes and so on that can encourage someone to donate. That way, the marketing strategy can be adjusted to target targets so that it can increase the number of cash waqf sets and a wider reach of waqf. This study examines the influence of the altruism paradigm through the perception of ihsan (perceived ihsan) and equality in Islam (Islamic egalitarianism) on religiosity (Islamic religiosity) which then affects a person's intention to donate (giving cash waqf). In addition, the researchers also compared this effect in the Generation Y and Z groups. The sample in this study was the Muslim population in Indonesia aged 17-38 years. Participants used were 261 respondents who were then processed using the Structural Equation Modeling (SEM) method on Lisrel 8.80. The results showed that Islamic egalitarianism had a significant effect